

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI ALFAMART
WISMA TROPODO SIDOARJO

S K R I P S I

Diajukan Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen



Oleh :

PRISKA YULIANA DEWI
0812015009 / FE / EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2012

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI ALFAMART
WISMA TROPODO SIDOARJO

S K R I P S I



Oleh :

PRISKA YULIANA DEWI
0812015009 / FE / EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2012

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Alfamart Wisma Tropodo Sidoarjo” dengan baik.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi satu syarat penyelesaian Program Studi Pendidikan Strata Satu, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menghaturkan rasa terima kasih yang mendalam kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MT, selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur
4. Bapak Drs. Ec. Supriyono, SE. MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikirannya dalam membimbing penulisan ini.

5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Manajemen yang telah memberikan ilmu yang sangat bernilai. Sehingga ucapan terima kasihpun dirasa belum cukup untuk menghargai jasa Bapak dan Ibu. Namun teriring do'a semoga apa yang sudah diberikan kepada kami akan terbalaskan dengan berkah dari sang Illahi.
6. Yang terhormat Bapak dan Ibu, sembah sujud serta ucapan terima kasih atas semua do'a, restu, dukungan, nasehat yang diberikan kepada penulis.

Semoga Allah SWT melimpahkan berkat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surabaya, Maret 2012

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAKSI.....	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Teori.....	9
2.2.1. Pengertian Pemasaran.....	19
2.2.2. Konsep Pemasaran	10
2.2.3. Tujuan Pemasaran.....	11
2.3. Kualitas Layanan	12
2.2.1. Pengertian Kualitas Layanan.....	12
2.2.2. Dimensi Kualitas Layanan.....	15

2.4. Kepuasan Konsumen	16
2.5. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen	19
2.6. Kerangka Konseptual	21
2.6. Hipotesis.....	22

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	23
3.1.1. Definisi Operasional	23
3.1.2. Pengukuran Variabel	25
3.2. Teknik Penentuan Sampel.....	26
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.3.1. Jenis Data.....	27
3.3.2. Sumber Data	27
3.3.3. Pengumpulan Data	27
3.4. Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	28
3.4.1. Uji Reliabilitas dan Validitas	28
3.4.2. Uji Outlier Univariat dan Multivariat.....	29
3.4.2.1. Uji Outlier Univariat	29
3.4.2.2. Uji Outlier Multivariat	29
3.4.3. Uji Normalitas Data	30
3.4.4. Pemodelan SEM (Structural Equation Modeling) ...	30
3.4.5. Uji Hipotesis	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	
4.1.1. Sejarah Singkat Alfamart	
4.1.2. Visi, Misi , Budaya	
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian	38
4.2.1. Deskripsi Karakteristik Responden	38
4.2.2. Deskripsi Kualitas Layanan (X)	40
4.2.2.1. Tangible (X ₁)	40
4.2.2.2. Reliability (X ₂)	41
4.2.2.3. Responsiveness (X ₃)	42
4.2.2.4. Assurance (X ₄)	43
4.2.2.5. Empathy (X ₅)	44
4.2.3. Kepuasan Konsumen (Y)	45
4.2.3.1. Attributes Related To The Product (Y ₁) ...	45
4.2.3.2. Attributes Related To The Purchase (Y ₂) .	46
4.3. Analisis Data	47
4.3.1. Evaluasi Outlier	47
4.3.2. Evaluasi Reliabilitas	49
4.3.3. Evaluasi Validitas	50
4.3.4. Evaluasi Construct Reliability dan Variance Extracted	51
4.3.5. Evaluasi Normalitas	53
4.3.6. Analisis Model One – Step Approach to SEM	54
4.3.7. Uji Kausalitas	58

4.4. Pembahasan	59
4.4.1. Pengujian Hipotesis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	61
5.2. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Brand Value (BV) Tingkat Hasil Penjualan Industri Ritel Periode Tahun 2008 - 2010	2
Tabel 1.2 Jumlah Komplain Konsumen Di Alfamart di Wisma Tropodo Sidoarjo Periode Januari – Desember 2011	4
Tabel 1.2 Jumlah Komplain Konsumen Di Alfamart di Wisma Tropodo Sidoarjo Periode Tahun 2008 - 2011	5
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	29
Tabel 4.4. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Tangible (X_1) ...	40
Tabel 4.5. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Reliability (X_2) .	41
Tabel 4.6. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Responsiveness (X_3).....	42
Tabel 4.7. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Assurance (X_4) .	43
Tabel 4.8. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Emphaty (X_5) ...	44
Tabel 4.9. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Attributes Related To The Product (Y_1).....	45
Tabel 4.9. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Attributes Related To The Purchase (Y_2).....	46
Tabel 4.10. Residuals Statistics	48
Tabel 4.11. Pengujian Reliability Consistency Internal.....	49
Tabel 4.12. Standardize Faktor Loading dan Construct dengan Confirmatory Factor Analysist	51
Tabel 4.13. Construct Reliability dan Variance Extracted	52
Tabel 4.14. Assessment Of Normality	53

Tabel 4.15. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Model One- Step Approach – Base Model	55
Tabel 4.16. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Model One- Step Approach – Eliminasi Model	56
Tabel 4.17. Variabel yang Dimodifikasi Dalam Model.....	57
Tabel 4.18. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Model One- Step Approach – Eliminasi Modifikasi Model.....	58
Tabel 4.19. Uji Kausalitas Antar Faktor	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual.....	21
Gambar 4.1. Model Pengukuran & Struktural Kulaitas Layanan dan Kepuasan Konsumen Dan Minat Mereferensikan, Model Spesifikasi: One Step Approach – Base Model	55
Gambar 4.2. Model Pengukuran & Struktural Kulaitas Layanan dan Kepuasan Konsumen Dan Minat Mereferensikan, Model Spesifikasi: One Step Approach – Elimination Model.....	56
Gambar 4.3. Model Pengukuran & Struktural Kulaitas Layanan dan Kepuasan Konsumen Dan Minat Mereferensikan, Model Spesifikasi: One Step Approach – Elimination Modification Model.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Layanan (X_1), dan
Kepuasan Konsumen (Y)

Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI ALFAMART WISMA TROPODO SIDOARJO

Oleh:

PRISKA YULIANA DEWI

Abstraksi

Penelitian ini dilakukan pada konsumen Alfamart Wisma Tropodo Sidoarjo. Berdasarkan brand value tingkat hasil penjualan industri ritel periode tahun 2008 – 2010, menunjukkan bahwa selama 2 tahun terakhir dari tahun 2009 - 2010, telah terjadi penurunan brand value pada Alfamart dari 63,6 menjadi 57,6. Hal ini didukung oleh data jumlah komplain konsumen di Alfamart Wisma Tropodo Sidoarjo periode tahun 2008 – 2011 yang cenderung mengalami kenaikan dari 31 menjadi 68. Kenyataan ini mengindikasikan semakin menurunnya tingkat kepuasan konsumen di Alfamart Wisma Tropodo Sidoarjo. Hal ini merupakan fenomena yang harus diteliti dan disikapi dengan segera oleh pihak Alfamart Wisma Tropodo Sidoarjo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Alfamart Wisma Tropodo Sidoarjo.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik non probability sampling tepatnya purposive sampling yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu, antara lain: responden berusia minimal 18 tahun dan responden pernah Alfamart Wisma Tropodo Sidoarjo minimal 2 kali. Pengambilan sampel didasari oleh asumsi SEM bahwa besarnya sampel yaitu 5 - 10 kali parameter yang diestimasi. Pada penelitian ini ada 20 indikator, sehingga jumlah sampel yang diestimasi yaitu antara 100-200. Adapun jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebesar 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah SEM diagram yang akan mempermudah untuk melihat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Alfamart Wisma Tropodo Sidoarjo

Key Words: Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini kebutuhan masyarakat akan barang dan jasa selalu meningkat baik dari segi kualitas maupun kuantitas, hal ini seiring dengan perkembangan dan kemajuan jaman, dampaknya adanya perilaku pelanggan dalam menentukan tempat pembelanjaan yang mereka anggap paling sesuai dan benar-benar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

Semakin meningkatnya tempat pembelanjaan akan memberikan banyak alternatif kepada masyarakat sebagai pelanggan untuk memilih tempat pembelanjaan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan financial pelanggan. Hal ini harus diimbangi oleh pedagang untuk berusaha menarik pelanggan agar mau membeli barang ditempat dimana dia membuka dagangannya. Pedagang harus cepat tanggap dan segera menyesuaikan akan perubahan selera dan kemampuan pelanggan, dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggan sehingga nantinya kepuasan pelanggan akan dapat tetap terjaga.

Salah satu pusat pembelanjaan yang lagi menjamur di Sidoarjo adalah Alfamart, yang merupakan bisnis waralaba di bidang retail yang berbentuk minimarket. Sebagaimana minimarket yang lain, Alfamart selalu berusaha agar tetap diminati oleh pelanggan untuk melakukan belanja ditempatnya.

Alfamart merupakan pasar swalayan yang berbentuk minimarket yang melakukan bisnis eceran dengan berhubungan langsung dengan pelanggan akhir bertujuan untuk memenuhi kebutuhan total pelanggan, yaitu tempat belanja terpadu yang menjual barang-barang beraneka ragam, dari barang kebutuhan sehari-hari, barang kebutuhan dapur, perabot rumah tangga, perabot kamar tidur, perabot kamar mandi, kosmetik, dan sebagainya.

Keberadaan minimarket Alfamart merupakan tuntutan masyarakat perkotaan yang cenderung membutuhkan tempat perbelanjaan dengan produk yang berkualitas dengan jenis produk bervariasi, dan pelayanan yang lebih baik karena hal tersebut mampu menarik pelanggan untuk melakukan belanja di Minimarket Alfamart.

Berdasarkan data dari SWA 15 / XXVI / 15 - 28 Juli 2010 tentang tingkat hasil penjualan industri ritel tahun 2008 – 2010 sebagai berikut:

Tabel 1.1

Brand Value (BV) Tingkat Hasil Penjualan Industri Ritel
Periode Tahun 2008 - 2010

No	Merek	Brand Value 2008	Brand Value 2009	Brand Value 2010
1	Alfamart	45,5	63,6	57,6
2	Indomart	26,6	54,2	51,4
3	Yomart	2,2	39,9	27,9
4	Bagus	*	*	27,3
5	Indo Murah	0,9	40,1	26,5

Sumber : 15 / XXVI / 15 - 28 Juli 2010

Berdasarkan tabel 1,1, dapat diketahui bahwa selama 3 tahun terakhir dari tahun 2008 - 2010, telah terjadi penurunan brand value pada Alfamart, meskipun nilai brand value Alfamart tersebut tetap menempati urutan pertama jika dibandingkan dengan nilai brand value tingkat hasil penjualan industri ritel yang lainnya. (Sumber: SWA 15 / XXVI / 15 - 28 Juli 2010). Penurunan nilai brand value pada tingkat hasil penjualan industri ritel menunjukkan bahwa persepsi nilai pelanggan pada tingkat hasil penjualan industri ritel juga turun.

Parasuraman, et, al (1996) dalam Edwin, et al (2007: 36) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah persepsi pelanggan terhadap keunggulan suatu layanan. Selanjutnya Menurut Kotler dan Keller (2009) bahwa kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Pada dasarnya hanya pelanggan yang menilai kualitas layanan suatu badan usaha berkualitas atau tidak. Cronin dan Taylor (1992: 55) menyatakan bahwa kualitas layanan yang baik akan menciptakan kepuasan konsumen.

Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan seperti yang dinyatakan oleh Kurz and Clow (1998: 382) dalam Laksana (2008: 96) sebagai berikut: “if the service perform at the level that is expected or predicted, the satisfaction level is considered to be just OK” artinya jika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai yang diharapkan maka akan memberikan

kepuasan. Dengan demikian kualitas pelayanan terus ditingkatkan sehingga mencapai apa yang diharapkan oleh pelanggan maka akan puas.

Kecenderungan penurunan tingkat Penjualan Di Alfamart Wisma Tropodo Sidoarjo ini didukung oleh kenaikan jumlah komplain pelanggan pada periode Januari – Desember 2011, sebagai berikut :

Tabel 1.3

Jumlah Komplain Konsumen Di Alfamart di Wisma Tropodo Sidoarjo
Periode Januari – Desember 2011

Periode	Jumlah (Orang)	Jenis Keluhan
Jan 2010	5	<ul style="list-style-type: none"> - Berhubungan Pelayanan - Berhubungan Pembayaran - Berhubungan Ordering - General (Umum)
Feb 2010	6	
Mar 2010	3	
Apr 2010	4	
Mei 2010	6	
Jun 2010	4	
Jul 2010	3	
Agu 2010	10	
Sep 2010	9	
Okt 2010	5	
Nop 2010	7	
Des 2010	6	

Sumber: Alfamart Wisma Tropodo Sidoarjo, Tahun 2011

Berdasarkan tabel 1.3, dapat diketahui bahwa selama 1 tahun terakhir dari bulan Januari – Desember 2011 telah terjadi kecenderungan kenaikan jumlah komplain pelanggan di Alfamart Wisma Tropodo Sidoarjo. Hal ini didukung oleh kenaikan jumlah komplain pelanggan pada tahun 2008 - 2011, sebagai berikut :

Tabel 1.4

Jumlah Komplain Konsumen Di Alfamart di Wisma Tropodo Sidoarjo
Periode Tahun 2008 - 2011

Periode	Jumlah (Orang)
Tahun 2008	31
Tahun 2009	48
Tahun 2010	65
Tahun 2011	68

Sumber: Alfamart Wisma Tropodo Sidoarjo, Tahun 2011

Berdasarkan tabel 1.4, dapat diketahui bahwa selama 3 tahun terakhir dari Tahun 2008 – 2011 telah terjadi kenaikan jumlah komplain konsumen di Alfamart Wisma Tropodo Sidoarjo. Hal ini mengindikasikan semakin menurunnya tingkat kepuasan konsumen di Alfamart Wisma Tropodo Sidoarjo.

Terjadinya kecenderungan penurunan pada penjualan serta kecenderungan meningkatnya jumlah komplain pelanggan di Alfamart Wisma Tropodo Sidoarjo merupakan fenomena yang harus segera diselesaikan dan dicari penyebabnya. Banyak hal yang menjadi penyebab dari hal tersebut, salah satunya adalah kualitas layanan di Alfamart Wisma Tropodo Sidoarjo yang kurang bagus.

Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dan kajian yang lebih mendalam tentang hubungan kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan, untuk kemudian dijadikan sebagai penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Alfamart Wisma Tropodo Sidoarjo”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diajukan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

“Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Alfamart Wisma Tropodo Sidoarjo ?”

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan pada penelitian ini sebagai berikut :

“Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Alfamart Wisma Tropodo Sidoarjo”

1.4. Manfaat Penelitian.

Sebagaimana layaknya karya ilmiah ini, hasil yang diperoleh diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan berhubungan dengan obyek penelitian antara lain :

1. Bagi Universitas

Memberikan sumbangan informasi pihak lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan dapat menambah kepustakaan sebagai informasi bahan pembandingan bagi penelitian lain serta sebagai wujud Darma Bakti kepada perguruan tinggi UPN “Veteran” Jatim pada umumnya dan Fakultas Ekonomi pada khususnya.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai pertimbangan maupun bahan informasi dalam rangka mengatasi permasalahan yang ada kaitannya dengan kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan.

3. Bagi Ilmu Pengetahuan

Dapat dipergunakan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan atau perluasan pandangan tentang pelajaran yang didapat dari bangku kuliah dan memperdalam pengetahuan terutama dalam bidang yang dikaji serta sebagai referensi ilmiah bagi para peneliti berikutnya.